



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



CONSORCIO
DOMINICANO DE
COMPETITIVIDAD
TURÍSTICA

Manual para la Elaboración de Plan de Negocios para Empresas Eco Turísticas

2013

Aporte de la Unidad de Negocios del CDCT al Técnico en Ecoturismo
desarrollado por el CDCT para el INFOTEP

Unidad de Negocios, CDCT
Acuerdo de Cooperación No. AID-518-A-12-00001
Junio 2013

“Este documento fue posible gracias al apoyo generoso provisto por el pueblo estadounidense mediante la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) bajo los terminos del Acuerdo de Cooperación No. AID-517-A-12-00001 implementado por el Consorcio Dominicano de Competitividad Turística (CDCT). (Programa Empoderamiento en Turismo Sostenible). El contenido y las opiniones expresadas no reflejan necesariamente las opiniones de la USAID, ni las del Gobierno de los Estados Unidos.”

Manual para la Elaboración de Plan de Negocios para Empresas Eco Turísticas

La implementación de un proyecto no depende sólo de una “buena idea”.

Es necesario demostrar con evidencias concretas, que el proyecto es viable en la práctica desde el punto de vista técnico, comercial, operativo, y económico-financiero

El Plan de Negocios es una herramienta fundamental para llevar a cabo una idea. Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocios. Permite evaluar la viabilidad (económica, técnica y de financiamiento) para emprender el proyecto. Describe los criterios a considerar en el desarrollo del producto o servicio, el análisis del mercado, los planes de marketing, operación, administración y financiero. Sirve como presentación para conseguir inversionistas o fuentes de financiamiento. Se recomienda documentar de forma breve (máximo 30 páginas) y contar con una sección de anexos que pueda incluir documentos soporte e información detallada.

¿qué es un Plan de Negocios?

- Es un instrumento que permite concretar las estrategias del negocio en términos técnicos económicos, tecnológicos, ambientales y financieros.
- Es una forma de pensar sobre el futuro: dónde ir, cómo ir rápidamente o qué hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos.

El Plan de Negocios ayuda a:

- Definir sus objetivos
- Definir sus estrategias para alcanzarlos y posibles alternativas
- Identificar los recursos que necesitará, cuáles le faltan, y de dónde obtenerlos (productivos, financieros, humanos, etc.)
- Definir su modelo de negocios
- Definir cómo va a operar y cómo va administrar su negocio
- Definir a qué clientes ofrecerá sus productos y/o servicios
- Identificar a sus competidores y reconocer sus fortalezas y debilidades
- Proyectar ventas, costos y ganancias bajo ciertos supuestos
- Evaluar el riesgo que está asumiendo
- Encontrar puntos oscuros y/o grises de su proyecto
- Comunicar claramente su proyecto a empleados, socios, inversionistas, etc.
- Respalda solicitudes de créditos ante entidades financieras.

Aunque existen muchos esquemas y maneras de elaborar Planes de Negocios, mediante este manual presentamos un bosquejo que se ajusta bien a las necesidades de Empresas Eco Turísticas. Es importante mencionar que este manual se ha apoyado en una serie de recursos claves que ameritan su reconocimiento:

- Guía de Negocios para Jóvenes Emprendedores, elaborada por el Capítulo de la República Dominicana del Cuerpo de Paz de los Estados Unidos
- Manual para el Entrenamiento de Negocios y Operaciones para Empresas Eco Turísticas de Solimar International. Material brindado a participantes del Curso de Operaciones para empresas Eco Turísticas del programa USAID/DSTA. (www.solimarinternational.com)
- Guía de Negocios, Una Herramienta para tu Idea, Manual de Plan de Negocios del Consorcio Dominicano de Competitividad Turística, elaborado por Starlina Guerrero. (www.turismocdct.org)
- Manual de Emprendedores Turísticos, elaborado por la Secretaría de Turismo de Argentina

Para que el estudiante pueda utilizar este manual de manera practica, hemos elaborado el contenido de este manual brindando breves introducciones a cada componente del Plan de Negocios (secciones azul), incluyendo elementos claves a incluir en cada sección (secciones verdes), y brindando un ejemplo de cómo se debe ver esta sección finalizada (secciones anaranjadas). Hemos utilizado un solo ejemplo a lo largo de todo el manual. Este ejemplo corresponde al Plan de Negocios del Ecolodge Sonido del Yaque, alojamiento eco turístico ubicado en Jarabacoa, República Dominicana. Este Plan de Negocios fue elaborado por Solimar International en colaboración con la comunidad quien maneja este proyecto (la Asociación de Madres Nueva Esperanza), a través del proyecto USAID/DSTA en el 2010.

Secuencia del Plan de Negocios

Sección	Contenido
1. Resumen Ejecutivo	Un breve resumen que le brinda al lector detalles sobre lo que encontrarán en cada sección, brindando conclusiones generales sobre los elementos mas importantes del negocio.
2. Introducción	La introducción ayuda a familiarizar a los lectores con los antecedentes generales del negocio, socios, regiones y contenido histórico.
3. Declaración de Necesidades	Este es componente de un plan de negocios único a proyectos de desarrollo sostenible. Esta sección brinda un mejor entendimiento del contacto y motivaciones que impulsan el negocio.
4. Misión	Una declaración concisa que describe el propósito general del negocio, incluyendo quien es usted, que hace, como lo harás, cuales son sus valores.
5. Visión	Esta declaración anticipa como se ve el éxito del negocio, comunicado mediante una serie de metas SMART (especificas, medibles, alcanzables, relevantes, tiempo eficiente) para las principales áreas del negocio, incluyendo ventas, marketing, satisfacción de clientes, apoyo a la conservación, etc.
6. Descripción del Negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Un resumen del producto turístico y sus servicios • Estructura general del negocios • Roles y responsabilidades del equipo gerencial
7. Análisis de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas internacionales, regionales y nacionales del turismo y tendencias de viajes. • Perfil de segmentos de mercados de le región • Análisis de la cadena de valor
8. Análisis de Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Un resumen de los negocios y productos que compiten con el suyo • Análisis de las 5 fuerzas de Porter • Ventajas Competitivas
9. Estrategia de Marketing & Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento Estratégico • Precio, plaza, promoción
10. Plan de Operaciones & Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura del negocio • Personal clave y necesidades de entrenamiento • Consideraciones legales • Riesgos y manejo de riesgos • Comunicaciones
11. Plan de Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuciones a la conservación y a la comunidad • Mejores practicas y principios de sostenibilidad
12. Plan de Trabajo & Metas	Metas claves, línea de tiempo e individuos responsables
13. Proyecciones Financieras	Estado de Ingresos, Flujo de Caja, Proyecciones a 5 años, Capital Fijo. Costos de Depreciación

a) Resumen Ejecutivo

¿qué es?

Un breve resumen que le brinda al lector detalles sobre lo que encontrarán en cada sección, brindando conclusiones generales sobre los elementos mas importantes del negocio.

¿cuán largo debe ser?

1 página

El Resumen Ejecutivo es lo primero que se presenta en un Plan de Negocios pero lo último que se escribe.

Sintetiza todos los aspectos del proyecto. Busca cautivar al lector (empresario o inversionista) para que se interese en leer el plan completo e inducirlo a una opinión favorable. Es la manera de generar interés en el lector y donde queda evidenciado en qué consiste el negocio. Se recomienda hacer el Resumen Ejecutivo en una sola página. De manera muy breve el Resumen Ejecutivo debe hacer mención de algunos de los puntos a continuación:

- La idea de negocio: su exclusividad respecto a productos/servicios existentes. Público objetivo: principales características y su encaje con el perfil de usuarios
- Valor del producto o servicio para el público objetivo.
- Tamaño de mercado y crecimiento esperado.
- Entorno competitivo.
- Fase actual de desarrollo del producto, especificando las necesidades de desarrollo adicionales a realizar.
- Inversión necesaria.
- Hitos fundamentales durante el funcionamiento del negocio
- Objetivos a medio/largo plazo.

b) Introducción / Antecedentes

¿qué es?

La introducción ayuda a familiarizar a los lectores con los antecedentes generales del negocio, socios, regiones y contenido histórico.

¿cuán largo debe ser?

1-2 páginas

Antes de comenzar el desarrollo del Plan de Negocios se debe contextualizar el plan, describiendo:

- Cuál es el negocio que se desarrollará.
- Quiénes realizan la presentación del plan y para qué.
- Si se trata de una empresa en marcha, cuál es su misión y su trayectoria.
- Cuál es la fecha de presentación y si existe un plazo para la aprobación del plan.

- Cuál es el enfoque con que se preparó el plan.

Contenido clave a incluir en esta sección:

- País/Región
- Provincia/Municipio/Comunidad
- Datos Demográficos
- Distancia del la capital o aeropuerto mas cercano
- Facilidades de Transporte
- Actividades Económicas Principales de la región
- Área Protegida/Ecosistema
- Altura sobre el Nivel del Mar
- Mapa del Sitio
- Breve descripción del (los) atractivo(s) turísticos relacionados con el Plan de Negocios
 - ¿cuáles son?
 - ¿qué es su atractivo principal?
 - ¿qué actividades se pueden llevar a cabo?

Ejemplo Sonido del Yaque:

INTRODUCCION



El pueblo de Jarabacoa esta situado en las montañas, a 2 horas en carro de la capital Santo Domingo en la provincia de La Vega, Cibao Central, en la Republica Dominicana. El clima fresco de Jarabacoa y el fácil acceso a los centros urbanos principales del país ha hecho que este sea un destino para los turistas locales. La popularidad del área entre los turistas internacionales también esta creciendo debido a sus rápidos para paseo en balsa de Clase II-IV y también por ser el punto inaugural de la excursión a Pico Duarte, el punto más alto en el Caribe.

Jarabacoa es un pueblo pequeño con una escena de arte que esta creciendo. La mayoría de las opciones de alojamiento en el área están situadas en las afueras del centro del pueblo dado que la mayoría de los visitantes están buscando una escape en las montañas y la naturaleza.

La comunidad de Los Calabazos, casa al eco-hotel Sonido del Yaque, esta situada a solo 10 minutos en carro del pueblo de Jarabacoa en la ribera del Río Yaque, el río más grande en el país. Aproximadamente, 40 familias llaman Los Calabazos casa. El actividad que mayor ingresos generaba antes del este eco-hotel, era la agricultura.

El turismo en la comunidad oficialmente empezó el 28 de abril de 1997, con una iniciativa de cobrarle un pequeña cuota a los turistas que quisieran visitar el río(un proyecto apoyado por el Banco de Progreso y la Junta del Yaque). Poco después, las mujeres en la comunidad empezaron a vender comida y recibieron dinero de UNDP (Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas) para construir un restaurante. UNDP trabajo con El Club de Madres Nueva Esperanza para desarrollar el eco-turismo como una fuente de no solo ingresos pero también de orgullo.

Antes de esta iniciativa, Los Calabazos era fundamentalmente un comunidad agrícola y las mujeres estaban casi excluidas de cualquier actividad que generara ingresos. Con el éxito de las visitas al río y el servicio de comida, la comunidad quiso expandirse y ofrecer alojamiento también pero se dieron cuenta que no podían satisfacer la demanda de los turistas.

Para poder lograr cumplir con las exigencias de los turistas, la comunidad recibió apoyo adicional de UNP y una ONG canadiense para construir cabañas en el 2001. En el 2002, UNDP también ayudo a instalar una planta hidroeléctrica. Más reciente, en el 2008, la comunidad empezó a producir biogás.

Al llegar al fin de su trabajo con el Sonido del Yaque, técnicos de UNDP compartieron estas conclusiones sobre el proyecto:

“Aproximadamente 40 mujeres fueron entrenadas en desarrollar y manejar un empresa de ecoturismo. Para implementar el entrenamiento, el proyecto organizo talleres de capacitaciones, igualdad de género, turismo y ecoturismo y ecología y manejo ambiental. Con fondos de este proyecto, también se construyo un restaurante y dos caminos, igual que la restauración de 2 playas. El restaurante eco turístico, Sonidos del Yaque, está actualmente administrado por la asociación de mujeres conocidas por Club de Madres Nueva Esperanza, y sucesivamente ha promovido otros 2 proyectos: uno para la construcción de 5 cabañas para el ecoturismo y otro para formas alternativas de generar energía. El resto de los fondos fueron usados para crear un fondo rotario con los socios del consorcio eco turístico de Sonidos del Yaque. Beneficios ambientales fueron hechos evidentes con el que aproximadamente el 70 % de la población de Los Calabazos es consciente de la importancia de proteger y respetar el medio ambiente, y los esfuerzos para asegurar que otros también respeten, porque entienden que al hacer eso, están protegiendo su fuente de ingreso. Aproximadamente 80% del desperdicio producido por la comunidad es separada : materia inorgánica es removida por la alcaldía y la materia orgánica es abonada y usada como fertilizante. En la actualidad, aproximadamente 70% de los miembros de la comunidad usan tecnología sostenible para la agricultura, y han reducido las prácticas de “ tala y quema” (el quemar árboles y vegetación para sembrar productos de corto ciclo) por el 90%. Como resultado del desarrollo del ecoturismo como una fuente alterna de ingreso el proyecto ha logrado resultados.”

La calidad de los esfuerzos de UNDP y el impacto con Sonido del Yaque son obviamente impresionante- y se dirige a las necesidades iniciales de turismo basado en la comunidad; inversión de capital y entrenamiento básico.

Pero, el equipo de UNDP también reconoció el trabajo crítico que faltaba hacer en Sonido del Yaque. El reporte termino con unas recomendaciones para hacer el eco-hotel exitoso, igual que sostener desarrollar comunitario e impactos ambientales positivos, acceso al mercado tiene que ser tratado. El equipo UNDP notó que:

“ Un plan de mercadeo deberá ser desarrollado, incluyendo nichos del mercado, identificación de la población objetivo y estrategias para atraer a cantidades grandes de turistas, para poder asegurar la sostenibilidad del proyecto (ecoturismo comunitario domestico o regional).”

<http://sgp.undp.org/index.cfm?Module=Projects&Page=ShowProject&ProjectID=714>

Basada en estas recomendaciones, la gran posibilidad de fortalecer los beneficios ambientales y sociales del eco-hotel y la condición fundamental de vincular sus productos a mercados domésticos e internacionales que el programa de DSTA ha seleccionado Sonido del Yaque como recipiente de este fondo de innovación.

c) Justificación / Declaración de Necesidades

¿qué es?

Este es componente de un plan de negocios único a proyectos de desarrollo sostenible. Esta sección brinda un mejor entendimiento del contacto y motivaciones que impulsan el negocio.

¿cuán largo debe ser?

1-2 páginas

Si en algo difieren los Planes de Negocios de empresas comunes a los Planes de Negocios de empresas eco-turísticas, es en la “Declaración de Necesidades” o “Justificación”. Es una sección que no se incluye comúnmente en Planes de Negocios, pero debido a que las empresas eco-turísticas responden directamente a los pilares del Turismo Sostenible, es necesario expresar en esta sección como se justifica y a que necesidades responde esta empresa del punto de vista ambiental, social y económico.

Esta sección describe los obstáculos y retos a las cuales puede responder el producto:

- Necesidades Económicas
 - Factores que inciden en la pobreza y las condiciones de locales de vida
- Necesidades Ambientales
 - Factores que impactan las especies, hábitats y biodiversidad
- Necesidades Sociales
 - Factores que impactan la herencia cultural e integridad comunitaria

Algunos de los ejemplos de las necesidades a las cuales puede responder una empresa eco-turística incluyen, pero no se limitan a, los siguientes:

Necesidades Económicas

- Falta de trabajos locales
- Falta de alternativas sostenibles
- Falta de empresas turísticas gestionadas localmente
- Falta de derrama económica de la actual actividad turística
- Invasión de elementos externos
- Falta de financiamiento para áreas protegidas y actividades de conservación

Necesidades Ambientales

- Prácticas agrícolas poco sostenibles
- Sobre pesca
- Tala ilegal de árboles
- Caza ilegal
- Desarrollo incontrolado
- Cambio Climático
- Falta de conciencia ambiental
- Falta de involucramiento local en iniciativas de conservación

Necesidades Sociales

- Falta de empleo equitativo para mujeres, jóvenes y discapacitados
- Pérdida de lenguaje y valores culturales
- Falta de educación, salud o servicios sociales
- Migración de poblaciones, mayormente jóvenes, a las afueras del destino

Contenido clave a incluir en esta sección:

- ¿cuáles son variables o condiciones por las que este producto o productos tengan éxito?
 - Factores del Mercado que sugieren que este producto podrá tener éxito
 - Estadísticas del Mercado Meta
- ¿cuáles son los factores económicos que queremos resolver?
 - Crear Fuentes de empleo
 - Aumentar el poder de adquisición
 - Diversificar las actividades económicas
- ¿cuáles son las amenazas a la conservación que queremos resolver (si las hay)?
 - ¿cuáles son las principales amenazas a la conservación del área o parque nacional?
 - ¿por qué es importante la conservación de esta área?

Ejemplo Sonido del Yaque:

JUSTIFICACION

Actualmente, Sonido del Yaque ofrece 13 chalés rústicos con el tejado de caña, cada uno de ocupación múltiple para 2 a 4 personas (camas tradicionales o literas). Todas las cabañas tienen baño con ducha y también una terraza. Las cabañas están rodeadas por bellos paisajes naturales con caminos que llegan al restaurante y al río. Hay verandas al aire libre, canopes y miradores adonde los huéspedes se pueden sentar, relajar y disfrutar del aire fresco y los sonidos del río mientras observan la flora y la fauna.



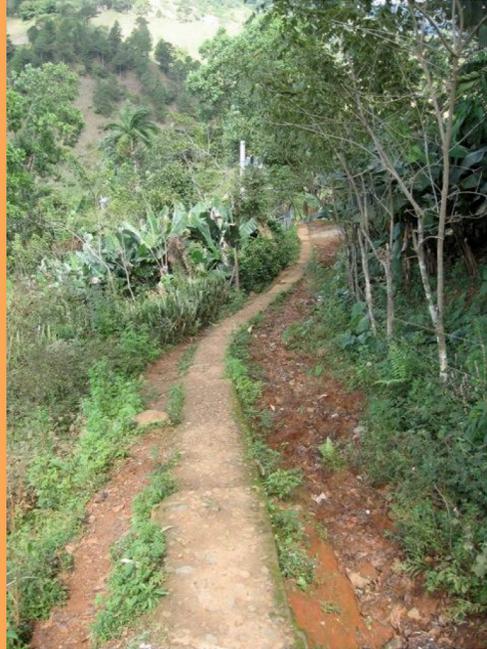
Construido igual que las cabañas, el restaurante ofrece auténtica comida dominicana y fresco jugos tropicales. El eco-hotel usa una planta hidroeléctrica que corre del río que suministra las necesidades eléctricas para el mismo hotel y dos comunidades que la rodea, Los Calabazos y La Guazara. El hotel esta también en el proceso de desarrollo de una planta de biogás, una pequeña piscifactoría y dos invernaderos para cultivar productos orgánicos.

A pesar de que las opciones circundantes de alojamiento para Jarabacoa están llenos en los fin de semanas, el eco-hotel Sonido del Yaque mantiene bajo la ocupación debido a la falta de ciertas amenidades, mercadeo y promoción.

Sonido del Yaque tiene unas grandes ventajas en tanto la localización y el ambiente que lo rodea. En adición a su necesidad primaria de mejorar ventas y estrategias de mercadeo, el eco-hotel también requiere renovación básica a la infraestructura para mejorar su calidad, comodidad, y acceso.

El hotel no esta situada directamente en la calle, sino que hay que bajar unas gradas largas que lleva a los clientes al río por adonde están las cabañas y las oficinas administrativas. Los carros deben de estacionarse arriba porque no hay calle que llegue hasta las cabañas. El hecho que no hay estacionamiento ni seguridad para los carros crea muchos obstáculos para el hotel. Si no hay adonde estacionarse, visitantes que llegarían en transportación propia lo encontrarán imposible quedarse. El hecho que una tiene que caminar hasta abajo solo para averiguar sobre el hotel es muy restringente y hace más difícil atraer clientes. La comunicación también es limitado por el río y en efecto también limita las llamadas investigativas.

A pesar que el hotel tiene una buena base para su estructura, cierta mejoría debe ser implementada para poder responder al mercado. No hay agua caliente en los baños de las cabañas, que es una amenidad que la mayoría de clientes requieren. El interior de las cabañas y el restaurante necesita mejorar en cuanto la luz, la decoración y la escasez de mosquiteros.



Además del hotel y el restaurante, no hay ninguna otra actividad que se le puede vender al cliente, esto dificulta la potencial de ingresos que le pudiera estar entrando a la comunidad y el nivel de servicios ofrecidos a los huéspedes.

Conocimiento del hotel y sus ventajas ha permanecido bajo debido a la falta de mercadeo y actividades de promoción. No hay ningún rótulo en la calle que informa a viajeros del hotel, tampoco hay en la entrada al hotel ni en el camino que lleva a él. Canales promocionales adecuados no han sido establecidos con las compañías de transporte, en centros turísticos, ni en publicaciones turísticas. Sonido del Yaque no ha identificado su segmentos de mercado, el cual lo inhibe de colocación en el mercado en términos de precio, calidad y ofrendas. Todas estas cuestiones crean dificultades para que el hotel logre obtener clientela y mejorar ventas.

d) Misión

¿qué es?

Una declaración concisa que describe el propósito general del negocio, incluyendo quien es usted, que hace, como lo harás, cuales son sus valores.

¿cuán largo debe ser?

1 párrafo

Aunque parece muy sencillo por su brevedad, formular una Misión efectiva es uno de los principales retos que encontrará durante el proceso de elaboración de su Plan de Negocios. Comunicar de manera precisa **la razón de ser del negocio** debe ser un proceso exhaustivo.

Los elementos claves de una misión efectiva incluyen los siguientes:

- ¿quién eres?
 - ¿es una empresa social, cooperativa comunitaria, negocio privado en sociedad? ¿dónde están ubicados?
- ¿qué haces?
 - ¿cuál es el propósito de este nuevo negocio? ¿cuales productos y servicios ofrecen y a quien?
- ¿cómo lo harás?
 - ¿cuáles son las estrategias que se utilizarán para alcanzar la misión, tal como ventas, marketing, comunicaciones, etc.?
- ¿cuáles son tus valores básicos?
 - Esto puede ser “incrementar, reducir, mitigar, mejorar, etc.”. Intente hacerlo específico y enfocado en resultados en vez de describir un método

Para desarrollar una declaración de misión, piense en los principios y los valores que los fundadores del proyecto creen que son esenciales para este negocio. Si tiene socios, tomar el tiempo de discutir los asuntos hasta que estén claros y hayan sido consensuados. Si surgen problemas aquí, aparecerán más tarde. Una buena declaración de misión necesita tiempo para ser desarrollada, así que esto puede ser solo el comienzo.

Contenido clave a incluir en esta sección:

¿qué hace la empresa?

¿cómo lo hace?

¿quiénes son sus clientes?

¿porqué hace lo que hace la empresa?

Un ejemplo:

Ejemplo:

“Mangú Eco tours ofrece maravillosos tours de naturaleza a turistas nacionales e internacionales. Nuestros guías expertos lo llevarán a lugares naturales únicos, no descubiertos para inculcar en el turista el amor por la naturaleza”

¿qué hace la empresa?

- Ofrece maravillosos tours de naturaleza

¿cómo lo hace?

- Usando guías expertos que lo llevaran a lugares naturales únicos, no descubiertos

¿quiénes son sus clientes?

- Turistas nacionales e internacionales

¿porqué hace lo que hace la empresa?

- Para inculcar amor por la naturaleza

Para saber si su misión es buena se debe preguntar lo siguiente:

- ¿Su misión le comunica a usted lo que hace su negocio?
- ¿Su misión le comunica a otras persona claramente lo que hace su negocio?

Ejemplo Sonido del Yaque:

MISION

Para poder sintetizar la misión de la empresa en un párrafo, es importante ampliar los elementos de la misión previamente. Es por ello que de manera extensa la misión de Sonido del Yaque es:

Sonido del Yaque le ofrecerá una natural y autentica experiencia Dominicana a sus clientes domésticos e internacionales, quienes aprenderán sobre el uso innovador de energía sostenible para apoyar un hotel igual que los proyectos sociales que son directamente apoyados por los ingresos creado por el turismo. Sonido del Yaque será un ejemplo, demostrando el nivel de sostenibilidad y apoyo comunitario que los hoteles pueden dar.

El eco-hotel Sonido del Yaque mejorará la accesibilidad a través de la infraestructura y promoción , mientras elevan la categoría de las instalaciones y servicios y diversifican las actividades ofrecidas para satisfacer las exigencias del mercado. Mejoramiento de la infraestructura incluirá la creación de un pequeño estacionamiento en la calle cerca de las gradas que llegan al hotel.

Se construirá un estacionamiento sobre la tierra de un miembro de la comunidad quien mantendrá el título y firmará un documento dándole permiso al hotel de usar el terreno. Una casita de recepción será construida con materiales locales y servirá como un área de bienvenida, tendrá conexión telefónico, materiales promocionales y planilla. Esta estará en el mismo terreno que el estacionamiento. Renovaciones a las gradas que llegan al hotel harán que la subida y bajada sean más formidable, y también se abrirá camino para el transporte del equipaje en mula.

El mejoramiento de las instalaciones del hotel cumplirán con el mercado, permitiendo una campo más amplio de clientes. Se instalarán duchas eléctricas con agua caliente. Mosquiteros nuevos serán utilizados adonde sea necesario y los techos serán renovadas. Detalles decorativos como mejor iluminación, ventanillas, artesanía local , ropa de cama y instalaciones de baño de mejor calidad serán agregados a las cabañas y el restaurante. Un nuevo equipo para la cocina y sillas se comprarán para mejorar la seguridad y la comodidad de los huéspedes.

Sonido del Yaque diseñará varias actividades para los huéspedes como caminatas guiadas, clases de cocina y de arte y “ turismo voluntario”. Para las actividades que Sonido del Yaque no ofrece, comunicación se establecerá con proveedores locales que ofrecen actividades como rafting y parapente. El gerente del hotel recibirá un entrenamiento intenso sobre las operaciones turísticas para poder manejar bien la llegada de huéspedes. Los empleadas también recibirán entrenamiento para mejorar el control de calidad.

Sonido del Yaque implementará una estrategia de mercadeo y promoción para aumentar su visibilidad, accesibilidad y en efecto su ocupación. Señalización en camino a Jarabacoa y hacia Sonido del Yaque será instalado, igual que una mejor rotulación al la entrada. Materiales promocionales serán producidos, incluyendo folletos y cárteles, para ponerlos en las áreas turísticas de Jarabacoa y ciertas áreas en Santo Domingo y Santiago. Canales de ventas serán desarrollado con operadores de tours y proveedores de transportación. Una página Web se desarrollará y notas publicitarias serán escritas para libros de viajes. Un mejor sistema de reservas emplazado para manejar el aumento en investigaciones.

En resumen, la misión de Sonido del Yaque es:

El Ecolodge Sonido del Yaque ofrece estadías y experiencias naturales y auténticas a turísticas nacionales e internacionales. Nuestras cabañas rústicas pero con encanto serán su santuario lejos de su casa y la atención y calidez de nuestro personal será la razón por la que se quiera quedar. Nuestro interés es que nuestra comunidad se supere haciendo sentir a quienes nos visitan parte de ella y de nuestro entorno natural.

e) Visión

¿qué es?

Esta declaración anticipa como se ve el éxito del negocio, comunicado mediante una serie de metas SMART (específicas, medibles, alcanzables, relevantes, tiempo eficiente) para las principales áreas del negocio, incluyendo ventas, marketing, satisfacción de clientes, apoyo a la conservación, etc.

¿cuán largo debe ser?

1 párrafo

Una visión es una oración o párrafo que describe los ideales y las prioridades de una empresa. Una buena visión nos dice como nosotros vemos nuestra empresa idealmente.

Una visión es buena si nuestros empleados al leerla se sienten bien y orgullosos de trabajar para nuestra empresa.

Una buena visión nos da una visión del futuro, nos dice porque nuestra compañía es única, mejor que las demás, qué es lo que nos distingue.

Una buena misión transmite a la gente porque nuestra compañía va a tener éxito.

Contenido clave a incluir en esta sección:

¿dónde desea estar la empresa en el futuro?

Por lo general, la visión de la empresa responde a la visión o sueño del empresario y suele establecerse por un periodo superior a los cinco años.

Ejemplo Sonido del Yaque:

VISION

Al final del primer año de operaciones, el eco-hotel Sonido del Yaque tendrá:

- Un aumento del índice de ocupación por el 100%
- Una página Web establecida
- 15 trabajos directos garantizados, y 30 trabajos indirectos

Al final del quinto año de operaciones, el eco-hotel Sonido del Yaque tendrá:

- ·Generado más de \$30,000 en ganancias netas para usar para la comunidad, energía reusable y programas de conservación.
- Generado \$75,00 en salarios cumulativos
- Por lo menos 1 premio nacional y 1 premio internacional por su trabajo en el turismo y/o programas de energía reusable

f) Descripción del Negocio

Esta sección describe en detalle el producto o servicio a ofrecer. Se recomienda utilizar fotos, dibujos, muestra del producto e incluso obtener información a través entrevistas con suplidores, consumidores, distribuidores etc. y realizar encuestas a los clientes. Es necesario realizar un análisis de las características internas y las situaciones externas que permitan explotar, aprovechar, detener y defender definir y planificar una estrategia a futuro. Estas informaciones se obtienen a través de un análisis FODA.

I. Descripción de Temas Empresariales/Gerenciales

¿qué es?

- Estructura general del negocios
- Roles y responsabilidades del equipo gerencial

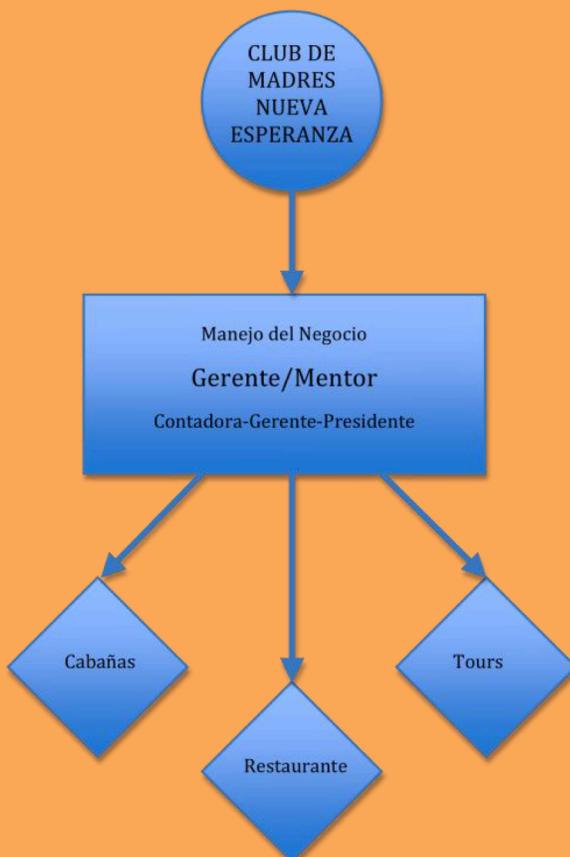
¿cuán largo debe ser?

1 - 2 páginas

Contenido clave a incluir en esta sección:

- Estructura del Negocio (ej.; negocio comunitario, cooperativa, sociedad con un empresa privada, co-manejo, concesión etc.)
- Cuál es la estructura legal y gerencial de la empresa?
 - o Bajo que categoría legal esta formada la empresa?
 - o Si aplica como esta conformada la junta directiva
 - o Descripción de la toma de decisiones de macro- gerencia (junta directiva, socios)
 - o Descripción de la toma de decisiones a nivel operativo (gerente, contador)
 - o Descripción de los puestos dentro de la empresa (empleados gerente, contador etc.), cuales son sus obligaciones etc.
 - o Organigrama
- Otros aspectos del negocio
 - o Si está en área protegida describir si existe un acuerdo de concesión o de co-manejo con el Ministerio de Ambiente
 - o Concesión o Co- manejo- describir los términos del acuerdo
- Es importante incluir un organigrama de la empresa en esta sección

Ejemplo Sonido del Yaque: DESCRIPCION DEL NEGOCIO



Actualmente, el Club de Madres Nueva Esperanza se encarga del Eco-hotel Sonido del Yaque. Ellos se aduñan del hotel y se hacen cargo de su mantenimiento y función. El club está formado por un grupo de mujeres dedicadas a mejorar la calidad de vida y oportunidades de sus familias y comunidades. El Club de Madres Nueva Esperanza es miembro de Junta Yaque, una organización de las bases en el área de Jarabacoa. El Club de Madres Nueva Esperanza también cuenta con el apoyo de la Agrupación de Turismo de Jarabacoa, y está trabajando para convertirse en miembro. La UNDP todavía le ofrece apoyo al Club de Madres Nueva Esperanza cuando la necesita. El DSTA, a través del Programa de Innovación, ayuda al Club de Madres Nueva Esperanza a mejorar su eco-hotel y desarrollar e implementar estrategias de venta y promocionales para proyectarse y atraer ciertos mercados.

La comunidad de Los Calabazos comenzó sus actividades turísticas en 1996 y la asociación fue legalizada como una organización sin fines de lucro en el 2007. Han obtenido permiso de SECTUR para realizar operaciones turísticas. El Club de Madres Nueva Esperanza cuenta con presidente, vicepresidente, coordinador, gerente de finanzas, dos vocales y una secretaria. Hay 23 miembros en la asamblea general. La organización se reúne semanalmente para discutir el trabajo y finanzas, incluyendo un servicio pequeño de micro finanzas. Las decisiones se basan en voto mayoritario.

En el pasado, el eco-hotel Sonido del Yaque ha pagado a sus trabajadores a través de una división de las ganancias de hospedaje basadas en el número de horas que se han trabajado. Esta estrategia se cambiara con el propósito de ofrecer un salario seguro basado en horas a todos los trabajadores. También, una división de ganancias se basara en el número de horas que se trabaje y el tiempo voluntariado que se le entregue al proyecto.

El gerente de operaciones turísticas de Sonido del Yaque coordinara todos los productos y servicios turísticos, maneje todo el personal relacionado al turismo, y lleve el control del aspecto financiero del negocio. Se hará una solicitud pública para la posición. La solicitud pedirá currículos y los mejores candidatos se someterán a un proceso de entrevista. El gerente será contratado en base de sus habilidades y rendimiento a base de un nivel de gerencia y experiencia en la comunidad.

El gerente escogido participara en el programa Intensivo de Operaciones Turísticas de USAID-DSTA durante dos meses. Aquí, el gerente aprenderá como ejecutar las tareas diarias del negocio. El gerente aportara al entrenamiento de otros miembros del personal, por ejemplo cocineros, servidores y proveedores de transporte. Al gerente se le proveerá un salario de tiempo completo durante el primer año del negocio para que este se comprometa enteramente al desarrollo del proyecto.

También se identificará un mentor durante el primer año de la nueva gerencia. Este mentor será un especialista en turismo y de fuera de la comunidad. Este mentor proporcionara apoyo técnico a largo plazo al gerente y a la empresa en las áreas de planeamiento financiero, entrenamiento, desarrollo del producto y gerencia de la empresa en general. El rol del mentor se podrá extender más allá del primer año.

Al lado del gerente estarán otros dos roles importantes: el contador y un equipo de ventas independiente de Tesoros Dominicanos. El contador ayudará al gerente manejar los libros del negocio, tomando el rol de monitoreo en cuanto al manejo del dinero. Este contador puede que sea o no la personada que maneje las obligaciones de los impuestos del negocio. El gerente de ventas trabajara por comisión para desarrollar incentivos para atraer clientes y establecer una clientela constante.

Los miembros de la comunidad Los Calabazos continuarán formando parte de la empresa, pero sus puestos estarán mejor definidos al igual que sus salarios. Se estima que 10-15 trabajos de tiempo

completo o de medio tiempo serán claramente establecidos en el nuevo manejo de la empresa, y también se incrementara vínculos de la cadena de provisiones con el sector privado.

El Eco-hotel Sonido del Yaque, en asociación con el Club de Mujeres Nueva Esperanza, y la comunidad de Los Calabazos, mantiene ciertas prácticas de energía renovable y también amistosa. Estas prácticas incluyen un generador hidroeléctrico, un reproductor de biogás, dos invernaderos orgánicos, una pesca sostenible y abono hecho de desechos.

El Club de Mujeres Nueva Esperanza hará uso de las ganancias del hotel para continuar estas practicas, mientras estas son expandidas también. Parte de las ganancias también se irán a proyectos sociales dentro de la comunidad y posibilidades dentro de la educación y programas de salud. El apoyo a la conservación y los proyectos de la comunidad con las ganancias del hotel es un objetivo principal del negocio.



II. Descripción de Productos y Servicios

¿qué es?

- Descripción de los productos y servicios que ofrece la empresa

¿cuán largo debe ser?

1 – 2 páginas

Contenido clave a incluir en esta sección:

- Descripción de los productos, itinerarios, precios
- o Hoteles:
 - Descripción del Hotel (ubicación)
 - Tipo de habitaciones
 - Servicios: Internet, Piscina, Aire Acondicionado,
 - Si ofrecen tours (descripción de los tours)
 - Otros servicios ej. Transporte
- o Excursiones
 - Tours
 - Descripción del tour
 - Duración
 - Nivel de requerimientos físicos del visitante
 - Que incluye el tour

Ejemplo Sonido del Yaque:

DESCRIPCION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Productos y Servicios

Alojamiento:

Sonido del Yaque ofrece 13 cabañas con una variedad de opciones de camas tradicionales y litera, con una ocupación máxima de 30 personas. Las cabañas están construidas de madera local y tienen tejado de paja, cada cabañas tiene su propio baño y ducha con agua caliente. Las cabañas tiene varias ventanas para iluminación natural, sin embargo todas la cabañas tiene luz eléctrica también. La planta hidroeléctrica del hotel, que funciona por el río Yaque, suple la energía necesaria para todas las necesidades del hotel incluyendo la luz, agua caliente y los enchufes. Cada cabaña tiene una terraza con un área para sentarse y

ver los jardines del hotel. A pesar de ser simples, cada cabañas contendrán elementos culturales que ofrecen un toque especial en un ambiente naturalmente rustico.

Restaurante:

El restaurante del eco-hotel Sonido del Yaque esta situado en un caminito que llega de las cabañas al río. El restaurante, igual que las cabañas, es hecho de madera local y tiene un tejado de paja. Tiene una capacidad de 30 clientes. El restaurante ofrecerá autentica comida dominicana con una variedad de otras especialidades desarrollados para resaltar los verduras locales y los pescados cultivados en fincas cercanas. El hotel ofrecerá desayuno, almuerzo, y cena para los huéspedes y visitantes. Las comida ofrecida en el menú se podrán pedir a la carta o para familia. Bebidas y comida para merendar serán disponible durante el día en el restaurante pero también en la ribera y en varias de las áreas de descanso en el terreno. El restaurante será funcionará 100% con energía reusable de la generador hidroeléctrico.

Mercancía:

Para poder aumentar ganancias, Sonido del Yaque también venderá mercancía y manualidades locales. La mercancía tendrá la marca desarrollada con la comunidad de Sonido del Yaque y representará ambiente natural y el enfoco en la conservación de esta empresa. Artículos incluirán camisetas, sombreros y llaveros. Productos locales de la comunidad como manualidades y comida preservada como mermelada, también se venderá.

Actividades:

El eco-hotel Sonido del Yaque ofrecerá varias actividades para los huéspedes del hotel y los que lleguen a visitar por el día, esta incluirán:

Actividad	Descripción
Caminata Histórica e interpretativa Guiada	Los huéspedes saldrán del hotel caminando a través del rio y ascendiendo a la lomita del otro lado. Aprenderán sobre la flora y la fauna de Jarabacoa igual que la historia del área. El camino finalizara en un lugar con una bella vista y perfecta para tomar fotos.
Tour de Recursos Reusables	Se les dará un tour por alguno de los varios proyectos sostenibles del “The New Hope Mother’s Club”. Verán y recibirán explicaciones científicas y funcionales sobre el generador hidroeléctrico, procesador de biogas, piscifactoría y el invernadero orgánico
Clase de Cocina Dominicana	Grupos pequeños participarán en la preparación de un plato típico Dominicano de principio a fin. Los grupos reunirán los ingredientes necesarios y aprenderán los nombres y origen. Preparan la comida con la ayuda de un miembro de la comunidad y podrán disfrutar la comida. Al final, recibirán un libro de recetas con otras recetas que podrán ensayar al llegar a casa.

Como llegar y marcharse

El 70% de las visitantes llegan a Jarabacoa en carros privados. Estar disponible un estacionamiento seguro para los huéspedes de Sonido del Yaque en la parte de arriba de la loma directamente en la calle. Para el 25% de los visitantes que llegan a Jarabacoa en bus, taxi o bus local, habrá información sobre la localización de Sonido del Yaque y se creara un esquema comisionado para que el transporte local pueda vender transportación a Sonido del Yaque. Se crearan mapas y señalización para una más fácil localización.

g) Análisis de Mercado

En este acápite se describe el mercado del producto o servicio. Verifica si la empresa se sitúa con suficiente demanda. Al analizar el mercado se brinda información para demostrar que existe un nicho para el producto o servicio.

Es necesaria la búsqueda de información a través de: revistas, entrevistas, encuestas, páginas webs, redes sociales, materiales de la competencia (brochures, boletín, volantes, catálogos, encartes).



¿qué es?

- Estadísticas internacionales, regionales y nacionales del turismo y tendencias de viajes.
- Perfil de segmentos de mercados de la región
Análisis de la cadena de valor

¿cuán largo debe ser?

2-3 páginas

I. El Tamaño del Mercado y su Potencial

El mercado consiste de un grupo de consumidores quienes quieren comprar productos o servicios que satisfacen una necesidad.

Ej. Cada vez más personas (estudiantes, científicos, ornitólogos etc.) se interesan en conocer la vida silvestre y el comportamiento de las aves migratorias. Este incluye el mercado del Turismo de Naturaleza y representa un sub-segmento de Aviturismo dentro del mercado.

¿Cuenta con información soporte para incrementar las ventas del producto o servicio? ¿Cuáles son estas fuentes de información (ej. sociedades ornitológicas, asociaciones, organizaciones ambientales etc.)?

Establecer el tamaño y la tasa de crecimiento de los segmentos y subsegmento: Informaciones socio demográficas del cliente: edades, género, nacionalidad, locales, nacionales e internaciones, niveles ingresos etc.

Ej. Las Mermeladas de Mi siembra son de excelente calidad. En el Hotel Larimar de Barahona generalmente mensualmente se alojan 2,000 personas con desayuno incluido. Tras un acuerdo con el Hotel y las Mujeres de la Ciénaga las mermeladas usadas en el desayuno son de los productos de Mi Siembra. En encuestas realizadas a los clientes que visitan el hotel, el 60% está interesado en desayunar con las mermeladas, por lo que 1,200 personas es el tamaño de mi producto representado en personas. La encuesta también arroja que el hotel compraría las mermeladas bi-mensualmente (600 mermeladas al mes). Ahora el supermercado Paraíso vende el producto a RD\$ 35.00, por lo que el tamaño del mercado en pesos es de RD\$21,000.00 pesos por mes.

II. Mercado Meta

Se analiza de forma específica el segmento hacia dónde va dirigido el producto o servicio. Se identifica el nicho de mercado y su enfoque va hacia el consumo del producto o servicio.

Especifica los segmentos seleccionados para iniciar el negocio. ¿Cuáles son las razones consideradas para elegir este segmento como el mejor?

III. Descripción del Cliente

Los criterios considerados en la descripción del consumidor son:

Datos Socio demográficos: (edad, genero, ingresos, niveles, educacionales, ubicación, creencias, puntos de vistas, actitudes)

Percepción del consumidor respecto a productos o servicios parecidos en el mercado.

Decisión de compra del producto ¿Quién decide la compra? ¿Cuáles elementos intervienen en la decisión de compra: calidad, precio etc.?



Contenido clave a incluir en esta sección:

1. Análisis del Mercado Internacional y Nacional, se deben incluir también tendencias de los mercados que sean relevantes para nuestro negocio.
 - a. Estadísticas de Visitantes
 - b. Perfiles de Visitantes
 - c. Tendencias Mundiales de Turismo
2. Análisis de Mercado Local y regional y las tendencias que apoyen las estadísticas para nuestro concepto de negocios
3. Estadísticas de Visitación, perfiles de turistas, tendencias, oportunidades y amenazas compiladas de investigación y entrevistas.
4. Segmentos de Mercado:
 - a. Perfiles de Turistas Específicos, intereses, motivaciones del turista, disponibilidad de gasto (se recopila de encuestas)

Ejemplo Sonido del Yaque:

ANALISIS DE MERCADO

Tendencia Global de Turismo

Según WTO (2007), actualmente el aumento de la llegada de turistas internacionales está estimada en 4%, muy parecido al pronóstico del crecimiento anual de 4.1% para el 2020. En el 2004, el ecoturismo estaba creciendo globalmente 3 veces más rápido que cualquier otra industria del turismo. WTO reporta que el turismo de centros costeros ya ha “madurado como mercado” y se prevé que el crecimiento se mantendrá estancado. En contraste, el turismo “experiencial” - que consiste del turismo de ecoturismo, de naturaleza, de patrimonio, de cultura y de aventuras leves- es de los sectores que va tener mayor crecimiento en las próximas dos décadas. El World Resource Institute (1990) encontró que mientras el turismo en si ha estado creciendo en un índice anual de 4 %, el turismo natural aumenta entre diez y treinta por ciento anualmente (Reingold, 1993).

Tendencias Regionales y de la Republica Dominicana

El Caribe recibe 19.5 millones de turistas anualmente. 3.9 millones de ellos llegan a la República Dominicana generando casi cuatro millones de dólares anualmente. En el Barómetro de Turismo Mundial más reciente que se concluyó en el 2008, el Caribe era la única subregión en el mundo que tuvo crecimiento en el turismo, el cual solo fue un modesto 1%, no obstante el más exitoso y elástico de todas las subregiones. La República Dominicana en sí mismo creció (+.7%). El turismo en la República Dominicana continua creciendo a pesar de los efectos de la economía global, como industria, el turismo aporta como el 25% del PIB de la República Dominicana y emplea a 500,00 personas y constituye el 50% de las exportaciones.

Debido a las exigencias para productos más auténticos y sostenibles, la República Dominicana esta diversificando sus ofertas. Los otros países en la subregión del Caribe y Centro América demuestran estar moviéndose hacia un modelo de desarrollo más sostenible, el “ecoturismo”. El reporte de TIES indica que en Costa Rica, por ejemplo, el turismo genera \$1000 por turista mientras que en Francia, el turismo genera solamente \$400 por turista. En Dominica, en el Caribe, los turistas que se quedan en hoteles pequeños basados en la naturaleza gastan 18 veces más que lo que los pasajeros de los cruceros gastan cuando visitan la isla. En conclusión, de forma estimada, el 80% del dinero de los paquetes con todo incluido les llega a las aerolíneas, los hoteles y otras compañías internacionales, mientras que los eco-hoteles y otros negocios enfocados en el turismo sostenible, contratan y compran localmente y por lo tanto devuelven más a la economía local.

Mercado de Jarabacoa

Debido al clima fresco de Jarabacoa y el fácil acceso de las ciudades grandes de Santo Domingo y Santiago, la popularidad de Jarabacoa como un destino para los turistas domésticos e internacionales sigue creciendo. Jarabacoa ofrece muchas actividades como por ejemplo rafting, nadar en el rio Yaque, excursionismo, parapente, equitación y visitas a plantaciones de café y flores. El alojamiento en Jarabacoa varía de Hoteles con todo incluido a hoteles pequeños, alquileres de villas y los eco-hoteles. Muchas de las opciones de alojamiento se llenan en los fines de semana demostrando que hay cupo en el mercado. Actualmente hay cerca de 500 cuartos de hoteles en el área, con precios desde \$10 la noche a \$200. Se llena más en los meses del verano cuando el clima fresco ofrece un descanso de la humedad.

Segmento de Mercado

La siguiente investigación de mercado fue hecha a través de encuestas a turistas, entrevistas con profesionales en la industria y análisis de los perfiles de los antiguos clientes de Sonido del Yaque de abril a agosto del 2009. Los resultados de esta investigación demuestran que ambos segmentos, domésticos e internacionales, existen para Sonido del Yaque.

El Club de Madres Nueva Esperanza administró encuestas en áreas de alta concentración turística en el área de Jarabacoa. Las encuestas indicaron la motivación de los turistas, la disposición de pagar, y el deseo de actividades en el área. El próximo segmento de mercado detalla las conclusiones de la encuesta. Las estrategias de venta y mercado luego describen como atraer a estos segmentos de mercado usando la información de sus motivaciones.

Mercado Objetivo: Mercado Domestico, Visitantes de fin de semana

El mercado doméstico (residente de República Dominicana) para Jarabacoa es muy fuerte, como ya ha sido mencionado, pues muchas de las opciones de alojamiento se llenan durante los fines de semana. Encuestas hechas en el pueblo de Jarabacoa preguntando a turistas dominicanos sobre su estadía dieron los siguientes resultados:

- 50% de la gente viene de Santiago o Santo Domingo
- 65% viene en carro privado mientras el 25 % llega en bus
- 45% dicen que vienen en fin de semana corriente, sin vacaciones, y más durante el verano

Tipo de Alojamiento	% de los turistas que escogen esta opción	Disposición promedia de pago
Cuartos con 1-2 camas	65%	\$RD 500-750
Aparta hotel	23%	RD\$ 500
Todo-Incluido	19%	RD\$ 750
Alquiler de Villa	13%	RD\$ 1000-2000
Casa de Amigos/ Familia	23%	RD\$ 0

Disposición de Pago	RDS<100	RDS100-200	RDS200-300	RDS300-500	RDS500-1000
Almuerzo	15%	25%	23%	15%	13%
Cena	22%	33%	25%	14%	3%

Mercado Objetivo: Mercado Internacional SAVE

El mercado más fuerte del eco-hotel Sonido del Yaque's es el mercado internacional de personas en el nicho científico, académico, voluntario y educativo. El hotel se presta bien a este mercado porque ofrece oportunidades en el uso alternativo de recursos, experiencias de aprendizaje sobre los el desarrollo de la comunidad, oportunidades de voluntariado con un hotel y una red en Jarabacoa, emersión educativa del idioma igual que experiencias culturales. Esto también le abrirá oportunidades al mercado doméstico.

El perfil de este segmento de mercado para Sonido del Yaque son estudiantes universitarios de Norte América y Europa. Estos grupos llegan por periodos de 2 semanas hasta 2 meses. El tema ahorita es que el hotel solo recibe un poco de estos grupo al año cuando con mejor mercadeo, promoción y seguimiento de la clientela trajera circulación fija todo el año.

Criterio:

- Norte Americano o Europeo
- 16-25 años de edad
- Gasta aproximadamente \$30-\$40 al día en comida y alojamiento
- Estadía de 2-4 semanas en la República Dominicana
- Llega en viaje escolar con agendas organizadas por la universidad o organización de voluntarios en Norte América
- Interesado en la autenticidad y la experiencia educativa adonde pueden interactuar y participar en la comunidad.

Mercado Objetivo: Mercado Doméstico SAVE

El mercado doméstico SAVE también es un segmento con mucha fuerza. Escuelas, universidades y programas extraescolar de Jarabacoa, Santiago, y Santo Domingo están cada vez más interesados en apoyar el modelo de las experiencias educativas. Escuelas como el Duluos Discovery School en Jarabacoa y escuelas Montessori llevan a sus estudiantes por todo el país para que tengan las experiencias de primera mano. El modelo ambiental y de empresa innovadora del eco-hotel Sonido del Yaque también fuera llamativo para este mercado.

Criterio:

- Estudiantes dominicanas en la escuela, universidad o programas extraescolar
- Estudiantes entre los 5- 25 años de edad
- Viajan en grupo por razones educativas.

Mercado Objetivo: Viajeros Libres e Independientes (FIT)

Los FIT llegan cada vez más a la región de Jarabacoa para dedicarse a actividades aventureras como rafting, cañonerilla , hacer senderismo hasta el punto más alto en el Caribe, Pico Duarte. Este mercado nicho valora experiencias autenticas y aprecia la naturaleza, haciéndolos perfecto para el eco-hotel Sonido del Yaque.

Criterio:

- Norte Americana o Europeo
- 25-45 años de edad
- En Jarabacoa de 2 a 5 días

h) Análisis de la Competencia

En esta sección se describen las características de la competencia del negocio (calidad, precio, facilidades etc.)

¿Cuáles son los inconvenientes, situaciones o dudas que presentan los clientes acerca de los competidores?

¿Cómo está dominado el mercado? ¿Por negocios grandes, medianos o pequeños?

¿Cómo se establece el precio por los competidores, disponibilidad a pagar del mercado?

Se recomienda realizar un análisis de la competencia directa e indirecta, como trabajan y venden. Describir la posición que ocupan en el mercado. Considerar algunas de las estrategias para competir (calidad, localización, precio, diseño, variedad de producto, apoyo técnico etc.). ¿Cuál será el factor diferenciador de tu negocio respecto al de la competencia? Hacer un cuadro de comparación de su negocio con la competencia que incluya elementos como:

- **Producto o Servicios**
 - Oferta del producto o servicio
 - La calidad
 - Especificaciones y característica del producto o servicio (obtenga muestras, la presentación, el ambiente, analice como responden los clientes)
 - Analice las fortalezas y debilidades
 - Ubicación
- **Marketing**
 - Análisis de la 4 p's (producto, plaza, promoción y precio)
 - Mercado meta
 - estrategia de venta
 - % de mercado que representa la empresa
- **La Administración**
 - Personas claves
 - Operaciones (insumos, servicios, ubicación)
- **Las Finanzas**
 - Tamaño de los negocios (generación de ingresos, cantidad de clientes y empleados)
 - Recursos Económicos (propietarios, acceso a fuentes de financiamiento, ganancias etc.)

¿qué es?

- Un resumen de los negocios y productos que compiten con el suyo
- Análisis de las 5 fuerzas de Porter
- Ventajas Competitivas

¿cuán largo debe ser?

2-3 páginas

Contenido clave a incluir en esta sección:

Análisis de la Competencia

- Se recomienda realizar un análisis de la competencia directa e indirecta la cual contemple como funcionan los competidores, como realizan las ventas, etc.
- Describir la posición que ocupan en el mercado. Considerar algunas de las estrategias para competir (calidad, localización, precio, diseño, variedad de producto, apoyo técnico etc.).

Ventajas Competitivas / Posición Estratégica

- ¿cuál será el factor diferenciador de tu negocio respecto al de la competencia?
- ¿cómo podemos tener ventajas competitivas poder “competir” con las otras empresas?
- ¿cuáles ventajas competitivas vamos a tener?

Cinco Fuerzas de Porter

- a. Poder de compra de los clientes
 - Los clientes pueden influir en las ganancias del negocio, si deciden cambiar de proveedor de servicios y comprarle a la competencia. Si este es el cliente principal de la empresa puede afectar mucho los ingresos de la empresa.
 - Si esta posibilidad es grande se debe tomar en cuenta en el plan de negocios
- b. Poder de los Proveedores
 - Si lo proveedores de servicios para nuestra empresa suben los precios a los servicios que nos prestan pueden afectar nuestras ganancia pues los clientes en la industria del turismo son muy sensibles a los precios.
- c. Sustitutos
 - ¿cuál es la probabilidad de que los clientes se cambien a la competencia?
 - ¿es fácil para el cliente cambiarse a la competencia?
 - ¿cuáles empresas son tan similares a la nuestra que el cliente puede escoger para cambiarse?
- d. Amenaza de nuevos entrantes
 - ¿cuál es la posibilidad de que entren otras empresas a ofrecer productos que puedan competir con el suyo?
 - ¿cuáles son los factores que definen la posibilidad de nuevos entrantes?
- e. Rivalidad en la industria
 - Bastantes empresas del mismo tamaño y entre todas ellas no hay una dominante
 - Pequeñas diferencias entre los productos y servicios de los competidores (ej. Saona)
 - Una industria que solo puede crecer robando la clientela de las otras empresas competidoras.

Ejemplo Sonido del Yaque:

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Jarabacoa y el área su alrededor contiene aproximadamente 500 cuartos de hoteles con opciones desde alquilar villas, hoteles con todo incluido, cabañas y hostales. Aunque haya un ámbito grande de opciones en Jarabacoa, el competencia directa para Sonido del Yaque en cuanto las amenidades, local, precio, y mercado nicho no es obvio. La mayoría de las opciones están en el pueblo, o en complejos grandes en las afueras del pueblo. No hay otro opción como Sonido del Yaque que tengan la integración en la naturaleza, ni los elementos de la comunidad y la conservación del medio ambiente. La siguiente lista es información básica sobre las opciones más populares en el mercado doméstico.

Competencia	Promedio de Precio en el Fin de Semana	Todo Incluido	Restaurante	Agua Caliente	Piscina	TV	Aire Acondicionado
Brisas de los Alpes	1500	no	si	si	si	si	si
Rancho Baiguatè	5904	si	si	si	si	si	si
Gran Jimenoa	3000	no	si	si	si	si	si
Pino Dorado	3660	no	si	si	si	si	si
Rancho 2 Ríos	2500	no	si	si	si	si	si
Hotel Brisas del Yaque	1450	no	no	si	no	si	si
Rancho Oliver	3250	no	si	si	si	si	si
Sonido del Yaque	400	no	si	próxima mente	no	no	no

Competencia para el mercado internacional SAVE es mucho más amplio dado que el grupo es menos sensitivo a la región o país comparado al mercado doméstico. Hay una gran oportunidad para aumentar el mercado SAVE en el hotel, dado que el mercado esta fuerte en el país.

Ventajas Competitivas/ Posición Estratégica

El eco-hotel Sonido del Yaque es una opción muy diferente a las opciones más populares en Jarabacoa para el mercado doméstico. Al hotel le hace falta las acomodaciones modernas y lujosas que uno encontraría en otros Hoteles como el aire acondicionado, televisión y una piscina. Lo que separa a Sonido del Yaque de los demás es su localización en el río Yaque, su integración con la comunidad local y sus estructuras eco-consientes y el uso de energía reusable. El hotel cuesta una fracción del precio de la competencia. Cierta subsegmentos del mercado doméstico tienen la naturaleza y el precio como su

motivación principal para visitar. Para el mercado internacional SAVE, estos aspectos también son importantes, igual que la interacción con la comunidad y las oportunidades de servicio. Por estas razones, el eco-hotel Sonido del Yaque se posicionará como los siguientes:



Un escapada a la naturaleza: Al quedarse en el eco-hotel Sonido del Yaque, uno esta integrado en la naturaleza; se siente la brisa fresca del Río Yaque, los pajaritos cantando en los árboles mientras uno disfruta las comodidades de las cabañas con agua caliente y comida autentica.

Una opción económica para el visitante y la comunidad: Una opción más económica comparada a las otras opciones de alojamiento en el área, adonde el 100% de las ganancias van directamente a la comunidad y sus proyectos innovadores de conservación.



Una opción "verde": Con el 100% de energía reusable, la producción de biogás, invernadero orgánico y una piscifactoría sostenible para suplir la comida, Sonido del Yaque es un opción "verde" para los viajeros ambientalmente conscientes. Venga y aprenda sobre tecnologías "verdes" y mire como usted puede hacer una diferencia.



Una experiencia de comunidad: En el eco-hotel Sonido del Yaque, usted forma parte de la comunidad Los Calabazos. Al tomar el camino que lleva a las cabañas, uno entra al mundo de ‘Los Calabazos’ donde Dona Esperanza y sus amigas se convertirán en sus vecinas y se podrá sentir la verdadera experiencia de la hospitalidad Dominicana y también aprender de la vida cotidiana de esta comunidad.

Análisis 5 Fuerzas de Porter:

Sustitutos	Eco-hoteles en la región	Eco-hoteles en el país
Mercados Involucrados	Viajeros libres e independientes Santiago y Santo Domingo Residentes	Viajeros libres e independientes Mercado Internacional SAVE Grupos escolares domésticos
Rival de la Industria	Eco-hotel de Angostura Villa Pajon	Cachote Eco-hotel de Angostura
Nuevos Entrantes	Hay mucha inversión nueva entrando al área de Jarabacoa al incrementar el número de habitaciones de hotel. La fortaleza de Sonido del Yaque permanecerá en la autenticidad de su historia y en la inigualable comunidad y su modelo de conservación.	La mayoría del desarrollo hotelero en el país continúa siendo hoteles al estilo de ‘resorts’ tradicionales. El crecimiento anual de eco-hotel nuevo en el país aun no está en un índice peligroso.
Poder del Proveedor	Se deberían establecer estructuras a base de comisión para el transporte y otros servicios turísticos.	Se deberían establecer relaciones con operadores de recorridos turísticos, Organizaciones internacionales SAVE y grupos escolares domésticos.
Poder del Consumidor	El poder del cliente depende en la flexibilidad del tipo de hospedaje que esté buscando. No hay ningún otro hotel como Sonido del Yaque en cuanto a su precio y amenidades.	El cliente tiene completo poder en su decisión al visitar Jarabacoa o cualquier otro destino en Republica Dominicana. Si desean escalar el Pico Duarte o ir ‘rafting’, Jarabacoa es el punto principal de salida.

i) Estrategia de Marketing & Ventas

Sirve para que el negocio sea reconocido por los clientes e inversionistas, definir a que clientes potenciales se va a vender el producto o servicio. Es convencer al lector, captar al cliente y convencerlo para que adquiera el producto o servicio que ofreces. Es tratar de conseguir una cuota significativa del mercado meta. El estudio de mercado es el fundamento para el plan de marketing.

¿qué es?

- Posicionamiento estratégico
- Producto, Precio, Plaza y Promoción

¿cuán largo debe ser?

2-3 páginas

I. La Investigación de los Clientes

Un contacto directo con el cliente potencial es la mejor manera de obtener información. Algunas herramientas que se utilizan son: muestra del producto donde se toman en cuenta las opiniones y consideraciones respecto al producto, grupos focales, encuestas etc. en fin utilizar toda fuente de información para convencer al inversionista de que los clientes buscarán este producto o servicio.

El diseño de una encuesta bien estructurada y aplicada es una base para el Plan de Marketing. Algunas consideraciones para esta son:

- ¿Existe una necesidad para el producto o servicio? ¿Reconocen los clientes esta necesidad?
- ¿Las características del producto o servicio le resultan interesantes al cliente? ¿Qué otras características requieren o recomiendan los clientes?
- ¿Quién decide la compra? ¿Cuáles considerandos o criterios utilizan los clientes para su decisión de compra?
- ¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por el producto o servicio?
- ¿Qué impide a los clientes potenciales comprar el producto o servicio?
- ¿Están los clientes claro de los beneficios de su producto o servicio en comparación con el de los competidores?
- ¿Qué valor le das a tu cliente? ¿Cuáles beneficios provees?

Una vez hechas las encuesta y tabuladas, es necesario hacer un análisis de los datos. Con el resultado de la misma se puede estimar el % de clientes potenciales que comprarían el producto o servicio y sus opiniones. En anexos incluya el método utilizado y los resultados.

II. La Estrategia para el Mercado Meta (se recomiendan de 2-3 párrafos)

El mercado está compuesto por dos actores fundamentales: el consumidor y los competidores. Al conocer el mercado permitirá una mejor colocación del producto y las expectativas de aceptación por parte del usuario o consumidor.

- Describir las características demográficas del consumidor meta.
- Razones por las cuales se enfoca en estos consumidores
- Describe la necesidad que cubre el producto o servicio.

- ¿Los beneficios del producto o servicio son los suficientemente claros que el mercado meta optaría por comprarlo y supera la fidelidad a la competencia?
- Existe la posibilidad de que en el futuro puedas dirigirte a otros segmentos de mercado? ¿Razones para ello? ¿Cuándo? ¿Cuáles sería los subsegmento en donde te enfocarías?

III. La Estrategia del Producto/Servicio (se recomienda de 1-3 párrafos)

Describe como el producto satisface las necesidades del consumidor y como va a ser competitivo:

- ¿En inicio, cual es el producto o servicio a ofrecer?
- ¿Qué características del producto satisfacen las necesidades del cliente?
- ¿Cuáles elementos incorporarás en el producto (servicios, calidad, precio) que lo hará diferente de la competencia?
- ¿Este producto cubre una necesidad nueva o se ofertan similares?
- ¿Cual método utilizarías para garantizar un producto o servicio mejorado? (acuerdos, recursos humanos, técnicos y financieros?)
- ¿Planea ofrecer atención al cliente? ¿entrenamientos?
- ¿Qué productos introducirás en el futuro? ¿Cuándo estipula hacerlo? ¿A qué blanco de te dirigirás?
- ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles del producto o servicio? ¿Qué es atractivo del negocio?



IV. Estrategia para Fijar el Precio (se recomienda 1-3 párrafos)

Es una de las decisiones importantes a considerar. Al fijar precios, evitar el arrastre de pérdidas, considerar el precio de la competencia y brindar un valor real del producto o servicio al cliente.

- ¿Cuál es la estrategia para fijar el precio? Dentro de las opciones están:
 - Fijar el precio por las condiciones del mercado
 - Basado en la calidad del producto o servicio
 - Oferta y demanda
 - Por el valor
 - Por el costo
 - Hacer una lista de los precios de los productos que se ofrecen.
 - Establecer le precio dependiendo del canal de distribución? cliente directo, agencia de viaje minorista, mayorista (incluir comisiones)
 - ¿Qué mecanismos utilizarás para diferencia el precio del de la competencia?

V. Estrategia de Plaza (1-3 párrafos)

Dependiendo de la ubicación del negocio, esto en la venta. Estar cerca del mercado meta afecta el presupuesto de promoción. Si el mercado meta transita por el lugar, las ventas serian mayores, por el contrario si está ubicado lejos del mercado meta la venta seria menor.

Determinar el lugar, estructura, tamaño del espacio, facilidades de parqueo. etc.

¿Dónde planea ubicar el negocio? ¿Por qué la decisión de esta ubicación específica?

¿Rentarás o adquirirás el local? ¿Cuánto es el costo de compra o alquiler?

Considerar la conveniencia de estar cerca o lejos de la competencia.

¿Cuál serian las estrategias para atraer los clientes? ¿Cómo planea mantener la fidelidad?

VI. La Estrategia de Promoción (2-4 párrafos)

A través de la promoción se informa al mercado meta sobre el producto o servicio, así como sus características, atributos, y beneficios. Es motivar al cliente a decidirse a comprar el producto o utilizar el servicio ofertado.

Dentro de los mecanismos de promoción a considerar están:

- Centros de Información Turística
- Publicidad a través de los medios (radio, televisión y prensa) y directamente (mailing, correo)
- Revistas o periódicos especializadas en turismo (Access, Resumen Turismo, Puro Turismo etc.)
- Fam trips, viajes de incentivos
- Páginas webs, redes sociales
- Vallas Publicitarias, Mini-Vallas, afiches, flyers
- Brochures, catálogos, guías del destino, boletines
- Promociones en ferias nacionales e internacionales (Date, ASONAHORES, CTN, FITUR etc.), exhibiciones y exposiciones.

En la promoción es importante comunicar un mensaje que se identifique con la imagen del negocio. Tener una imagen corporativa que permita enlazarla con el producto o servicio (nombre de la marca, logo, eslogan) etc.

Si decides desarrollar un boletín que permita promocionar el producto o servicio y a su vez brindar información del destino es necesario programar ¿Qué información incluirá? ¿Sería impreso o digital? ¿Con que frecuencia se publicará? ¿Número de hojas? ¿Tamaño de impresión? ¿Cuenta con una base de datos para su distribución o contrataría una empresa de email masivo? ¿Cuál sería el costo de impresión?

VII. La Estrategia de Venta (1-3 párrafos)

El éxito se garantiza con la venta del producto o servicio. La forma como se venderá el producto o servicio es esencial, a través de:

- Tour operadores
- Agencias de Viajes
- Cara a cara, puerta a puerta
- Colocación de anuncios en los medios
- Definir la estructura de ventas (quienes, cuantas personas)
- Medios para efectuar la compra (telefónica, correo, sistema de reservas etc.)
- ¿Pagarás una comisión por venta?
- ¿Cómo motivará su equipo de venta? ¿Considera dar un incentivo a las ventas mayores de x monto)
- ¿Cuáles herramientas utilizarás para captar potenciales clientes?

El modelo de Ingresos

Hacer una proyección de ingresos en uno a dos años. Es importante identificar los elementos que aumentarían los ingresos:

- % de participación en el mercado
- La oferta del producto o servicio
- Fijación de precios de acuerdo al producto o servicio
- Potencial del mercado
- Frecuencia de compra

Contenido clave a incluir en esta sección:

1. Posicionamiento Estratégico: ¿cómo vamos a atraer a nuestros mercados meta?
2. Precios
3. Plaza/Distribución: ¿cómo planeamos vincular al mercado con nuestro producto (ej. tour operadores, redes de ventas de productos, etc.)?
4. Promoción: ¿cuáles van a ser nuestros materiales de promoción? ¿dónde los vamos a colocar? ¿Vamos a usar página web?

VIII. Notas Importantes sobre las Estrategias de Promoción de Empresas Eco Turísticas

Es importante destacar que las ventas para empresas turísticas se pueden realizar entre su empresa y el consumidor (Venta Directa), o bien se pueden realizar entre su consumidor y algún intermediario de su conocimiento (venta indirecta).

La Cadena de Valor del Turismo puede incluir muchos actores. Entre ellos se encuentran los siguientes:



Ejemplo Sonido del Yaque:

ESTRATEGIA DE VENTAS Y PROMOCION

Equipo de ventas y mercadeo

El Eco-hotel Sonido del Yaque contará con el apoyo de Alianza de Ventas y Mercadeo “Tesoros Dominicanos”.

Tesoros Dominicanos será una compañía de recorridos turísticos legalmente registrada que ofrecerá los siguientes productos y servicios de alta demanda relacionados al viaje:

- Recorridos turísticos para miembros de redes individuales que se enfocan principalmente en ‘Free and Independent Travelers (FITs)
- Recorridos turísticos para miembros estilo ‘paquete’ que combinan varias destinaciones en un itinerario de uno o múltiples días.
- Un programa sostenible de certificación que asesora y reconoce los proveedores del turismo Dominicano y se asegura que los destinos cumplan ciertos criterios de calidad ambiental y social.
- Programas de viaje SAVE (Científico, Académico, Voluntariado y Educativo) que ayudan a vincular voluntariado internacional, el apoyo académico e ingresos a la red de miembros y destinos.

Para cumplir esta misión, Tesoros Dominicanos se enfocara en los siguientes objetivos operacionales, incluyendo:

- Proporcionar servicio multilingüe al cliente y de alta calidad a clientes potenciales a través de una comunicación efectiva vía telefónica, correo electrónico y de manera personal.
- Un enfoque en los aspectos únicos de agrupaciones culturales y experiencias de la comunidad que marcan la diferencia entre un recorridos turísticos Tesoros Dominicanos y el mercado tradicional de ‘sol y diversión’ de Republica Dominicana.
- Vincular directamente a los viajantes con productos turísticos de las agrupaciones y comunidad, por ende reduciendo los costos del ‘middle man’, que resultara en:
- Precios más competitivos
- Márgenes de ganancias más altos y mayores ingresos tanto para Tesoros Dominicanos como para sus miembros.

Plan de venta

La empresa comunitaria trabajara directamente con la Red de Ventas de Tesoros Dominicanos para vender y operar sus productos de alojamiento y recorridos turísticos.

Preguntas sobre el recorrido turístico:

El cliente, por ejemplo, residentes domésticos, pueden ver el sitio web de Sonido del Yaque o imprimir la promoción. También puede verlo en el sitio web de Tesoros Dominicanos, por ejemplo guías internacionales de recorridos turísticos. En cualquier caso, el cliente potencial será puesto en contacto directo con el personal de ventas de Tesoros Dominicanos en Santo Domingo. El equipo de ventas estará bastante informado sobre el producto de Sonidos del Yaque, y dispuestos a responder (en múltiples idiomas) cualquier pregunta que el cliente tenga.

Confirmación de recorrido turístico:

El cliente confirmara con el personal de ventas de Tesoros Dominicanos que desea reservar un recorrido turístico de Sonido del Yaque. El personal de ventas contactara al gerente de Sonido del Yaque para confirmar disponibilidad y los precios de las fechas indicadas. Luego, el equipo de venta de Tesoros Dominicanos contactara al cliente para confirmar disponibilidad y solicitar el pago del tour.

Pago del recorrido turístico:

El cliente hará un pago a nombre de Tesoros Dominicanos (vía PayPal, transacción electrónica, tarjeta de crédito o efectivo). El pago incluirá el hospedaje de Sonido del Yaque, los costos e ingresos, y también la comisión para Tesoros Dominicanos. El equipo de ventas de Tesoros Dominicanos transferirá el pago entero menos la cantidad de la comisión, establecida entre Tesoros Dominicanos y Sonido del Yaque. Ahora, Sonido del Yaque ya obtendrá los medios para empezar a organizar el hospedaje o recorrido turístico que le propiciara al cliente.

Operación del recorrido turístico:

Sonido de Yaque recibirá al cliente y se ocupara de pagar por el personal y servicios requeridos al operar y manejar la reservación. Al terminar el tour, el gerente de Sonido del Yaque le enviara un reporte del tour al personal de ventas de Tesoros Dominicanos describiendo el resultado final del tour y cualquier problema que se haya surgido.

Evaluaciones del recorrido turístico:

El personal de vetas de Tesoros Dominicanos realizará un importante seguimiento con el cliente para evaluar la calidad de la experiencia. La evaluación incluirá tanto la experiencia, el alojamiento, el recorrido turístico en Sonido del Yaque, como también el proceso de pago y reservación, la comida y el transporte. Esta encuesta luego del recorrido turístico será enviada vía correo electrónico y los resultados finales serán compartidos con el gerente y personal de Sonido del Yaque.

Mejoría del recorrido turístico:

Sonido del Yaque recibirá estas encuestas y se le pedirá que haga cualquier ajuste necesario para la mejoría del alojamiento/tour según sus clientes.

Promoción

El Eco-hotel Sonido del Yaque implementara una estrategia promocional que incluirá un sitio web atractivo (en inglés y español), imprimirá materiales promocionales por ejemplo posters y brochures, pancartas por las calles y también hará comunicados de prensa y publicidad.

Lo que sigue es una descripción detallada de varios elementos relacionados a la estrategia promocional de Sonido del Yaque, y como cada elemento esta dirigido a un segmento del mercado distinto.

Sitio web:

Sonido del Yaque tendrá un sitio web atractivo que servirá como un brochure mas detallado del negocio.

Los clientes potenciales no solo podrán aprender acerca del hotel y las opciones de recorridos turísticos, pero también de los miembros de la comunidad y las organizaciones detrás del proyecto. También podrán aprender de los beneficios sociales y de conservación de Sonido del Yaque—aspectos que hacen del proyecto algo diferente e incrementan el valor del producto al mercado. Aquí habrá un ejemplo del diseño que se ocupara para el sitio web de Sonido del Yaque. Sitio Web de Tesoros Dominicanos:

Aparte de obtener su propio sitio web, Sonido del Yaque también aparecerá como parte de los productos en el sitio web del personal de ventas de Tesoros Dominicanos. A diferencia de sitios web individuales que solamente promueven su propio producto específico, el sitio web de Tesoros Dominicanos se enfocara principalmente en vender una variedad de múltiples paquetes de recorridos turísticos, por ejemplo los de Sonido del Yaque. El sitio web se enfocara en atraer mercados internacionales por ejemplo grupos SAVE, grupos de viajeros con intereses particulares interesados en el avistamiento de pájaros y operadores internacionales de recorridos turísticos.

Promoción Impresa:

Capturar tanto el mercado domestico como el mercado de viajeros internacionales e independientes, requerirá una fuerte presencia promocional impresa en Santo Domingo, Santiago, Jarabacoa y otros centros turísticos dentro del país. Por esto mismo, los posters, brochures y pancartas será una destreza empleada por Sonido del Yaque. También se colocara una cartelera en las calles, donde se sitúa Sonido del Yaque, para capturar la atención de la gente que pasa por enfrente.

Catálogo de productos:

Se desarrollará un ‘catalogo de productos’ de Sonido del Yaque. Este será desarrollado y diseñado para presentar el potencial del eco-hotel a operadores turísticos en hoteles y ‘resorts’ y en exposiciones de turismo. El catalogo de productos de Sonido del Yaque incluirá lo siguiente:

- Rubro de ventas para cada paquete y producto
- Rubro de precios netos
- Reservaciones y políticas de pago
- Comunicado de prensa
- Tarjeta de negocio
- CD con imágenes, video y documentos
- Mercadeo güerilla/viral

Existen ciertas posibilidades de herramientas de proyección de mercadeo de poco o ningún costo que Sonido del Yaque puede ocupar para promocionar sus servicios. El mundo “Web 2.0” en el cual vivimos, presenta innumerables oportunidades para compartir información vía redes sociales wikis y blogs.

Estrategias de ventas y mercadeo por segmentos del mercado

La Empresa Sonido del Yaque trabajara con el personal de Tesoros Dominicanos para adaptar los precios, posicionamiento y materiales promocionales de acuerdo al mercado al que estén dirigidos. La siguiente pagina contiene una tabla con una esquema de esta estrategia.

SEGMENTOS DE MERCADO	QUIENES	POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO	PRECIOS	POSICIONAMIENTO	PROMOCION
Viajeros libres e independientes	<p>Viajeros internacionales</p> <p>Edad 24-35.</p> <p>Norte Americanos y Europeos.</p>	<p>Experiencia basada en conservación y comunidad.</p> <p>Punto de salida para todo tipo de actividades aventureras en montañas.</p>	RD\$700/noche	<p>Estructuras de comisión con taxis.</p> <p>Vínculos con compañías de recorridos turísticos de día para actividades (por ejemplo rafting en Pico Duarte) Rancho Baiguate, Iguana Mama</p>	<p>Libros de guía internacional, brochures, posters, pancartas, paquete de tours, mercadeo viral/guerrilla.</p>
Estudiantes y grupos de voluntariado	<p>Mercado Internacional SAVE,</p> <p>Edades 13-35</p> <p>Norte Americanos y Europeos.</p>	<p>Una experiencia que combina la tradición de la cultura Dominicana con la alternativa de vivir "verde", en donde los estudiantes pueden trabajar de voluntarios con grupos de mujeres activistas para bastantes causas.</p>	RD\$1000/noche todo incluido	<p>Contratos de ventas con voluntariados internacionales y organizaciones educacionales, por ejemplo ISV, Transitionas Abroad, Habitat for Humanity.</p> <p>Contratos de ventas con universidades que tienen programas de estudio en el exterior.</p>	<p>Rubro de ventas, sitios web, shows internacionales de SAVE, brochures, y videos demostrativos.</p>
Grupos Escolares	<p>Estudiantes de primaria a nivel universitario (domésticos).</p>	<p>Una experiencia para aprender acerca de la vida de campo Dominicana y también sobre alternativas tecnológicas de energía y promover un estilo de vida "verde" en esta isla delicada.</p>	RD\$2000/fin de semana	<p>Contratos de venta con grupos escolares domésticos.</p> <p>Contratos escolares con organizaciones escolares extracurriculares.</p>	<p>Videos demostrativos, recomendaciones de clientes, mercadeo vía Internet, posters y carteleras.</p>
Familias de Santo Domingo y Santiago	<p>Residentes de Santiago y Santo Domingo</p> <p>Familias y parejas de todas las edades</p> <p>Dueños de carro</p>	<p>Un escape a la naturaleza y un estilo de vida más simple, a unos pocos minutos de Jarabacoa, en un ambiente tranquilo en el río Yaque.</p>	RD\$600	<p>Radio y periódicos.</p> <p>Estructuras de comisión con tours en Jarabacoa, restaurantes y taxis. Rancho Baiguate.</p>	<p>Carteleras, brochures y posters en ubicaciones de alto tráfico en Jarabacoa, anuncios en los periódicos y radio.</p>

j) Plan de Operaciones y Gestión

Contempla la manera de operar y entregar valor a los clientes. Se definen los procesos a través del cual se entregara el producto o servicio que se ofrecerán (Diseño, fabricación, contrato, distribución, entrega, atención al cliente). El Plan de Operaciones debe ir enlazado con el Plan de Marketing. Ej. La utilización de insumos eminentemente orgánicos es una ventaja competitiva de un restaurante, sin embargo, los costos serán más altos.

Describe como las operaciones agregan valor al producto ofrecido al cliente o prestar un servicio de calidad e intentando obtener rentabilidad mayor.

¿qué es?

- Estructura del negocio (puede que se haya detallado en la sección de Descripción de Negocio)
- Personal clave y necesidades de entrenamiento
- Consideraciones legales
- Riesgos y manejo de riesgos
- Comunicaciones

¿cuán largo debe ser?

3 – 4 páginas

Contenido clave a incluir en esta sección:

1. Necesidades de personal / roles

- Qué puestos de trabajo se necesitan para la empresa?
- Cuáles son sus responsabilidades?

2. Requerimientos en Entrenamiento del Personal

De acuerdo a los puesto de trabajo se debe definir las necesidades de entrenamiento.

Tour Operadores:

- Gerente de Operaciones
- Contador
- Gerente de Ventas
- Guías

Hospedajes/Hoteles:

- Gerente
- Recepcionista
- Cocinera(s)

- Ayudante de Cocinera
- Meseros (si aplica)
- Camareras
- Otros según productos

3. Comunicaciones entre el personal

4. Consideraciones y costos legales (registro del negocio, impuestos, permisos del Ministerio de Turismo para operar)

Ejemplo Sonido del Yaque:

PLAN DE OPERACIONES

Estructura del Negocio

Esta sección se transfiere desde la Descripción de Temas Empresariales / Gerenciales

Comunicaciones

Las comunicaciones principales ocurrirán a través de una línea fija de celular en la recepción localizada a la par del estacionamiento en la loma arriba del hotel. Un empleado estará disponible para contestar preguntas. La misma línea permitirá que Dominican Treasures coordine con el hotel. Correo electrónico también estará disponible y será mantenido por el equipo de ventas de Dominican Treasures.

Consideraciones legales/ costos

El eco-hotel Sonido Del Yaque conseguirá cobertura básica de seguro para proteger la empresa y los clientes. El primer año, la póliza será pagada con becas y los próximos años con las ganancias.

Riesgos y Manejo de Riesgos

Lo siguiente es un resumen de posibles riesgos y los esfuerzos de mitigación:

Riesgos	Esfuerzos de mitigación
Lesión o enfermedad de un huésped	Todo el entrenamiento necesario en primeros auxilios con procedimientos de emergencias incluyendo transportación y instalaciones de servicios médicos.
Clima inclemente	Un plan de acción en caso de emergencia estará establecido, practicado, y constantemente revisado y ajustado para mantener mejores prácticas para el parque y los visitantes.
Robo u otro crimen	La vigilancia y seguridad de 24 horas del parque mantendrá un ambiente sano para el negocio y los clientes.

Monitoreo y Plan de Evaluación

El proyecto será monitoreado usando una planilla que medirá la sostenibilidad de la empresa, la conservación del parque y los impactos sociales y económicos en la comunidad. La siguiente tabla dar ejemplos de lo que la empresa encaminará:

Finanzas	Biodiversidad/ Conservación	Desarrollo Comunitario	Mercadeo y Promoción
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Rentas • Costo • Ingreso • Rentas Públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos para la Conservación • Cuota para la entrada al parque • Aumento en el monitoreo • Limites en cambios aceptables • Entrenamiento de individuos 	<ul style="list-style-type: none"> • Empleos creados • Miembros de la familia apoyados • Vínculos económicos • Fondos comunitarios generados • Igualdad de género 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de satisfacción • Puntaje en numero de ventas • Visitantes a la página Web • Investigaciones vía correo electrónico.

k) Plan de Sostenibilidad

¿qué es?

- Contribuciones a la conservación y a la comunidad
- Mejores practicas y principios de sostenibilidad

¿cuán largo debe ser?

1 página

Contenido clave a incluir en esta sección:

Descripción de los impactos a la conservación y las necesidades de la comunidad

- Amenazas a la conservación en su área
 - Deforestación
 - Lagos o Ríos Contaminados
 - Especies en peligro de extinción
 - Basura
- Necesidades de la Comunidad
 - Botica comunitaria
 - Construcción de Aula Escolar
 - Computadoras para la escuela

Ejemplo Sonido del Yaque:

PLAN DE SOSTENIBILIDAD

Desarrollo de la comunidad y Beneficios de la conservación de la biodiversidad

Como ya ha sido mencionado, el fortalecimiento de la empresa del Sonido del Yaque sostendrá 15-20 empleos en la comunidad igual que generar fondos para la conservación y los proyectos de energía reusable incluyendo la planta hidroeléctrica, la procesadora de biogás, los invernaderos para cultivar productos orgánicos e industrias pesqueras sostenibles. El negocio del Ecolodge Sonido del Yaque empezará a tomar en cuenta los costos de amortización para cubrir los sistemas de energía renovable. Hasta ahora, el negocio no ha guardado dinero para estas necesidades, poniendo el negocio en peligro.

Planta Hidroeléctrica



La comunidad en si se beneficiara de las mejoras prácticas y sueldos aumentados. Más empleos serán creados. Las ganancias serán más altas permitiendo que más dinero le entre a los proyectos que apoyan a la comunidad.

Una porción de las ganancias del hotel ya han sido usadas para construir una escuela en la comunidad, y el dinero continua ayudando al desarrollo de proyectos nuevos como el invernadero, la construcción de cabañas nuevas, y la infraestructura de energía reusable. Debida a la bajo ocupación, los beneficios económicos para la comunidad están lejos de alcanzar su potencial.



Aumento en beneficios económicos	Mejorar impactos no-financieros	Aumentar participación y asociación
Aumentar sueldos	Capacitaciones	Crear más pólizas y marcos normativos que apoyarán
Aumentos oportunidades empresariales locales	Mitigar impactos ambientales	Aumentar participación en las decisiones.
Crear ingresos colectivo	Dirigirse al uso de recursos naturales	
Fuentes de cuetos, compartir las ganancias	Mejores impacto social y cultural	
	Aumentar acceso local a la infraestructura y servicios.	

I) Plan de Trabajo y Metas

¿qué es?

- Plan de Trabajo anual que permita monitorear la ejecución de todas las actividades plasmadas en el Plan de Negocios con el tiempo aproximado de cumplimiento y los responsables de ejecutar cada acción. Debe ser una herramienta sencilla y fácil de utilizar.

¿cuán largo debe ser?

1 página

Ejemplo Sonido del Yaque:

PLAN DE TRABAJO

	Noviembre Octubre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Plan de Trabajo Ecolodge Sonido del Yaque														
Curso de Operaciones Turísticas		x	x											
Elaboración de Manual de Operaciones		x	x											
Contratar Guías			x											
Elaboración de Manual de Guías			x											
Curso de Guías			x	x										
Reclutamiento de Empleados				x										
Construir Parqueo			x	x										
Construir Casita de Recepción			x	x										
Restoración de Escaleras				x	x									
Terminar con el Restaurante			x	x										
Pintar con varnis las cabañas				x										
Reemplacer los Techos					x									
Poner ceramico en los baño					x									
Cabaña decoraciónes					x									
Muebles del Restauante					x									
Comprar equipo de la cocina					x									
Comrar sillas, construir mesas					x									
Escribir información para promoción					x	x								
Desarrollo de materiales						x								
Contratos con Tour Operadores			x	x	x	x								
Terminar necesidades de productos					x	x								
Lancimiento del Negocio							x							
Monitoreo y Evaluación								x	x	x	x	x	x	x

m) Proyecciones Financieras

En este punto se detallan aspectos cuantitativos del proyecto en base a ciertos supuestos y para un cierto período de tiempo (por ejemplo, los próximos tres años).

Como mínimo deberían estimarse las ventas, los costos y las ganancias esperadas para ese período, los ingresos y los egresos que se producirán en ese plazo para evitar faltantes de fondos, las inversiones que se deberán realizar, y una estimación de la rentabilidad y del período de recupero de la inversión.

También incluye un detalle de las posibles alternativas disponibles para obtener fondos extra o que se necesiten para el proyecto, los costos, las condiciones para obtenerlos y devolverlos, etc.

¿qué es?

Estado de Ingresos, Flujo de Caja, Proyecciones a 5 años, Capital Fijo. Costos de Depreciación

¿cuán largo debe ser?

Varía dependiendo de los cuadros de proyecciones

Proyecta todas las funciones de ingresos, ventas, costos y gastos relacionados, más los costos indirectos y administrativo, así como los gastos fijos, tales como financiamientos, seguros, alquileres de inmuebles, gastos de administración, amortizaciones, etc. Esto debe ser escrito, tanto en forma de devengado (vinculando los ingresos y los gastos en la medida en que se relacionen, sin consideración del tiempo) y en una forma de flujo de efectivo (cuando se deben los ingresos y gastos). Los déficits iniciales en el análisis de flujo de efectivo también deben incluirse en el sector pre-operacional, anterior.

Con el tiempo, otros informes contables pueden ser añadidos a su sistema de informes generales, tales como una Hoja de Balance y un Estado de las Fuentes y Usos de los Fondos.

Hoja de Ganancia-3 meses			
	Mes	Mes	Mes
Ingresos	1	2	3
Ventas			
Patrocinios			
Otros			
Total de Ingresos			
Gastos			
Administrativos			
Promoción y relaciones publicas			
Alimentos y Bebidas			
Producción y Logística			
Transporte y Alojamiento			
Otros Gastos..			
Gasto 1			
Gastos 2			
Total de Gastos			
Ingresos-Gastos= Ganancias			

Hoja de Ganancias-2 años		
	Año	Año
Ingresos	1	2
Ventas		
Patrocinios		
Otros		
Total de Ingresos		
Gastos		
Administrativos		
Promocion y relaciones publicas		
Alimentos y Bebidas		
Produccion y Logistica		
Transporte y Alojamiento		
Otros Gastos..		
Gasto 1		
Gastos 2		
Total de Gastos		
Ingresos-Gastos= Ganancias		

Punto de Equilibrio

En el punto de equilibrio los ingresos son iguales a los costes. La empresa no tiene beneficios ni pérdidas. Permite determinar el volumen de ventas a partir del cual la empresa obtiene beneficios.

Hoja de Punto de Equilibrio	
Margen de Contribución	
Precio del Producto	
Menos (Costos Variables)	
Punto de Equilibrio	
Costos Fijos	
Menos Margen de Contribución	
Punto de Equilibrio	

Las Asunciones

¿Cuáles han sido aquellas asunciones en la que fundamentas las proyecciones financieras? Describirlas en anexo.

- Proyecciones de ingresos (precios, descuentos, márgenes)
- Los costos de los ingresos (materiales, mano de obra, gastos indirectos, transporte)
- Los costos de ventas y marketing (numero de personas, comisiones, salarios, promoción y publicidad)
- Los ingresos y gastos imprevistos
- Enlista los costos fijos y costo variables y cuanto costará.
- El precio del producto
- Capital para inventario.

Presupuesto

El presupuesto debe ser lo suficientemente detallado que englobe todos los costos para poner en marcha el negocio.